TopShoe.nl vindt het tijd voor omnichannel

05-11-2015 23:00

TopShoe.nl heeft een webzuil ontwikkeld voor alle schoenenwinkels die bij het online platform zijn aangesloten. Op die manier moet de online en offline wereld bij elkaar gebracht worden, zo laat TopShoe.nl woensdag weten.

TopShoe.nl werd vier jaar terug opgericht en telt inmiddels tachtig schoenenwinkels van twintig ondernemers, die niet allemaal individueel een webwinkel wilden beginnen. De omzet is naar eigen zeggen jaarlijks met dubbele cijfers gegroeid, waardoor het tijd is voor de uitrol van een omnichannelstrategie.

“Binnenkort kunnen consumenten hun schoenen altijd en overal bij ons kopen, ophalen en retourneren”, stelt webshopmanager Maurice van Franck. Het platform onderscheidt zich volgens hem door de aanwezigheid van vakmanschap in de winkels ‘van andere webwinkels die enkel zijn gericht op prijs en volume’.

TopShoe.nl heeft recent een nieuwe webshop gelanceerd, die net als de zuil draait op de software van NextChapter. De zuil is daarnaast uitgerust met de POS-technologie van Adyen, waardoor klanten er met pin af kunnen rekenen.

De komende periode wil het platform zijn huidige assortiment van bijna twintigduizend artikelen uitbreiden door fabrikanten en leveranciers aan te sluiten. ‘Dit klinkt misschien uitdagend voor een retailorganisatie, maar ook in de schoenenbranche vervagen de grenzen’, klinkt het vanuit het online samenwerkingsverband.